

Metoodika välja töötamine rahvusvahelistelt huvipakkuvate kultuuri- ja spordisündmuste otsese ja kaudse sotsiaalmajandusliku mõju hindamiseks

1. Taustainfo

Turismisektor¹ on Eestile oluline majandusvaldkond, mille osakaal sisemajanduse kogutoodangust oli COVID19 kriisi eel ligi 8%. Turism² kujundab Eesti kuvandit välismaal ja aitab hoida transpordiühendusi teiste riikidega, tasakaalustab regionaalset arengut ja pakub töökohti, mis on paljudele esimeseks võimaluseks tööturul alustada. Turismistrateegia aastateks 2022-2025 sedastab ühe peamise väljakutsena ka sektori siseriikliku maine. Majutuse ja toitlustuse valdkonnas tegutses Eestis 2019.a aastal 4088 ettevõtet ja 2021. aastal 4031 ettevõtet. Nendes valdkondades töötas Eesti Tööjõu uuringu kohaselt 2019.aastal 29 500 inimest ja 2021. aastal 21 600 inimest.³

Kultuuri- ja spordisündmused (edaspidi ka *sündmus*)⁴ on üks oluline ja kasvav osa turismi sotsiaalmajanduslikust mõjust. 2019. aastal moodustas kultuuri- ja loomemajanduse valdkonna lisandväärtus 2,2% Eestis toodetud SKT-st ning kultuuri- ja loomemajanduse valdkondades töötas 2019. aastal 28 300 inimest ning tegutses 10 700 ettevõtet (11,2% Eesti ettevõtete koguarvust). Sektori kogutulu oli 2019. aastal 1, 863 miljardit eurot.⁵

Sündmused võivad vastuvõtvale kogukonnale tuua palju tulu, muutes need väärtuslikuks panustajaks piirkonna (turismi)majandusse. Sündmustel on osa sihtkoha turundamisel ja neil võib olla püsiv positiivne mõju sihtkoha kuvandile, juhtides tähelepanu olemasolevatele pakkumistele ja teenustele, või võivad sündmused olla mõne piirkonna turismisihtkoha arengu katalüsaatoriks. Sündmustest ajendatud turism on üks kiiremini kasvavaid turismisektoreid ja prognooside kohaselt selle tähtsus kasvab ka edaspidi.

Eesti Konjunktuuriinstituut on uuringus „Kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs“⁶ välja toonud, et kultuuri- ja spordisündmused muudavad piirkondi atraktiivsemaks nii sise- kui välituristile, parandavad elukeskkonda ja koostööd kohalike ettevõtete ja omavalitsuste vahel, annavad praktikavõimalusi vabatahtlikele noortele ning edendavad kohaliku kultuuri- ja spordielu.

Sündmused on olulised motivaatorid turismiks ja need mõjutavad suuresti ka sihtkoha arengut. Turismisihtkohad saavad tõsta tänu sündmustele oma profiili ja teha end nähtavaks piirkonnaüleselt,

¹ Turismisektoriks loetakse kitsamas tähenduses majutusettevõtjaid, toitlustusettevõtjaid, spaasid ja veekeskusi, reisisettevõtjaid, nõupidamiste ja messide korraldajaid, turismiteenuste pakkujaid, turismiatraktsiooni pidajad ning laiemas käsitluses lisanduvad sõitjate muud maismaavedu teostavad ettevõtjad, suveniiri-, käsitöö- või Eesti disaini müüjad, ja giidid.

² Statistilisse profiili kuuluvad ettevõtted, tegevusala järgi, Statistikaameti statistikaandmebaasi tabel ERO21- URL: https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_majandusüksused_ettevetjad/ERO21

³ Statistikaameti andmetabel TT022, URL: https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu_tooturg_heivatud_aastastatistika/TT0200

⁴ Rahvusvahelised ja rahvusvahelise potentsiaaliga kultuuri- ja spordisündmused:

(1) Rahvusvaheline sündmus on planeeritud tegevus, millel on kindel eesmärk, ajaline kestus ning mis on rahvusvaheliselt huvipakkuv ja mida turundatakse välisriikides. Sündmus on spordisündmus või kultuurisündmus.

(2) Spordisündmus on professionaalne või amatöörspordi mis tahes sündmus või võistlus mis tahes spordialal, mis on avalik ning mis järgib kindla spordiala eeskirja või tegevusjuhendi reegleid.

(3) Kultuurisündmus on avalikkusele suunatud sündmus, mille eesmärk on tutvustada ja edendada kultuuri.

⁵ Eesti Loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus 2021. URL:

https://ki.ee/publikatsioonid/valmis/1_Eesti_loomemajanduse_olukorra_uuring_ja_kaardistus_2021.pdf

⁶ Eesti Konjunktuuriinstituut (2012). Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs“, URL: https://ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_maju.pdf

siseriiklikult ja rahvusvaheliselt. Sündmustel on ka kogukondi edendav mõju. Sündmused võivad tänu nende ainulaadsusele avaldada püsivat positiivset mõju sihtkoha kuvandile ja viia tähelepanu olemasolevatele pakkumistele ja teenustele. Sündmusi saab nende mitmekülgse tõttu kasutada nii usalduse suurendamise kui ka turundusmeetmena. Sündmused peaksid iseloomustama sihtkohtade iseloomulikke kultuuripärandit ja traditsioone ning pakutavaid rituaale või standardeid. Sündmused on võimalus sihtkohtadele koos kommunikatiivse ja identiteeti kujundava mõjuga.⁷

Ka Eestis toimuvad sündmused on oluline motivaator Eestisse reisimisel ja need tõstavad Eesti mainet ja tuntust. 2017. aasta „Välisküllastajate piiriuuring ja kaugturgude ülevaated“ andmetel käis 20% välisküllastajatest spordi- või kultuurisündmustel. Seejuures 7,5% kõigist küllastajatest nimetas sündmusi peamise põhjusena Eestisse tulekuks. Ilma rahvusvahelist huvipakkuvate sündmusteta peab riik ja turismiettevõtjad investeerima oluliselt rohkem turistide Eestisse meelitamiseks, kuna reisitakse huvipõhiselt ja ilma ürituste motivaatorina seda segmenti kätte ei saa ja ning turunduskulud oleksid mitmekordsed.

Sündmuste tõttu saabunud välisküllastajate ööbimiste arv kokku oli enne COVID-19 kriisi 2019. aastal hinnanguliselt ca 0,85 miljonit ja nende kulutused kokku olid samal aastal ca 107,1 miljonit eurot. 2020. aastal toimus suuri sündmusi vähe ja välisküllastajate osalemine neil oli piiratud. Samas 2021. aastal lisandus planeeritutele sündmustele ka varem ära jäänud sündmusi. Kuna kehtisid siiski teatud piirangud reisimisele ja üritustest osavõtule, olid spordi- ja kultuurisündmustele saabunud välisküllastajate (sh osalejad ja küllastajad) kulutused kokku 39,3 miljonit eurot. Arvestades, et igalt küllastaja kulutatud eurolt laekub 33 senti maksutulu, laekus 2017-2019 välisküllastajate kulutustelt maksutulu 31,8-35,3 miljonit eurot aastas, 2021. a. oli maksutulu 13 miljonit eurot.

Eesti Konjunktuuriinstituut (EKI) on hinnanud (2012. aastal) sündmuste küllastajate kulutuste ja ürituste eelarve kulude suhet, et hinnata kui palju iga eelarvesse panustatud euro tõi piirkonnale raha tagasi. Selle kohaselt tõi keskmiselt iga eelarvesse panustatud euro piirkonda tagasi 4 eurot⁸. Samuti on EKI hinnanud, et 2018. a toimunud Rally Estonia majanduslik mõju oli 4,33 miljonit eurot, millelt riigile tasuti käibemaksu 656 000 eurot ja ettevõtetele lisandus käivet 3,67 miljonit eurot.⁹

Rahvusvaheliste sündmuste mõju ei piirdu ainult kultuuri või meelelahutusega. Nende ürituste korraldamine tõstab Eesti ja nende piirkondade mainet, kus sündmust toimub, edendab turismi ja toob otsest kasu Eesti majandusele, regiooni ettevõtetele ja asutustele, eeskätt teenusepakkujatele. Üha enam leitakse, et majanduslike mõjude kõrval on oluline analüüsida teisigi üritusega kaasnevaid positiivseid ja negatiivseid mõjusid nagu sotsiaalkultuurilised, keskkonnaalased vm mõjud.

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi (MKM) poolt on nii 2014-2020 kui ja 2021-2027 Euroopa Liidu struktuurivahendite finantsperioodidel kui ka riigieelarvelistest vahenditest toetatud kultuuri- ja spordisündmuste korraldamist. Lisaks on ka Kultuuriministeerium (KUL) toetanud kultuuri- ja spordisündmuste korraldamist riigieelarvest.¹⁰ Samuti toetavad sündmuste toimumist kohalikud omavalitsused ja ka erinevad piirkondlikud ettevõtetusorganisatsioonid. MKMi toetuse puhul on sündmuste toetamise eesmärgiks rahvusvaheliste sündmuste arvu kasv Eestis, välisküllastajate arvu suurendamine ja Eesti kui meeldejäeva reisisihtkohana tuntuse suurendamine. KUL toetuse puhul on sündmuste toetamise eesmärgiks tuua Eestisse rahvusvahelisi kultuuri- ja spordisündmusi, mille

⁷ The Importance and Impact of Cultural Events on Sustainable Development in Tourist Destinations: https://www.researchgate.net/publication/352993059_The_Importance_and_Impact_of_Cultural_Events_on_Sustainable_Development_in_Tourist_Destinations

⁸ Eesti Konjunktuuriinstituut (2012). Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs“, URL: https://ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-_ja_spordisundmuste_majanduslik_mõju.pdf

⁹ Allikas: Shell Helix Rally Estonia majandusliku mõju hinnang 13-15.07.2018.

¹⁰ MKM toetused läbi EASI: <https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/turismi-teenused-ja-toetused> ja KUL toetused: <https://kul.ee/toetused>

raames välismaiste kaaskorraldajate, välismaiste toetajate toetuse arvelt tehtavatel kulud, välisosalejate ning väliskülastajate poolt tehtud kulud tekitavad riigile täiendava maksutulu laekumist ning elavdavad Eesti majandust. Toetuse andmise tulemusena peab riigile laekuv hinnanguline täiendav maksutulu olema vähemalt võrdne toetuse 1,2 kordse suurusega.

Käesoleva töö eesmärgiks on töötada välja metoodika (tööriist¹¹) Eestis toimuvate rahvusvaheliselt huvipakkuvate¹² kultuuri- ja spordisündmuste sotsiaalmajandusliku, sh Eesti kui turismisihtkoha kuvandit mõjutava mõju hindamiseks, sh korduvhindamiseks tulevikus; piloteerida metoodikat 20 sündmuse põhjal ning töötada välja metoodika rakendamise soovitused ja ettepanekud.¹³

Metoodika peab võimaldama analüüsida sündmuste otsest ja kaudset mõju, külastajate kulutustest tulenevat otsest mõju, sündmuste eelarvest Eestisse ja piirkonda jäävaid kulutusi kui ka sündmuse laiemat mõju regioonidele, millega riik ja sündmuste korraldajad saavad edaspidi sündmuste planeerimisel ja toimumise järel sotsiaalmajanduslikke mõjusid hinnata. Töö tulemused peavad võimaldama tulevikus erinevate sündmuste tulemusi kulutõhusa metoodikaga süsteemselt hinnata ja riigisiselt sündmuste mõju võrrelda. Välja töötatud metoodika peab võimaldama digitaalse tööriista loomist sündmuste mõju hindamiseks korraldajatele, riigiasutustele ja kohalikele omavalitsustele.

2. Eesmärk ja uurimisküsimused

2.1 Uuringu üldeesmärgid on:

2.1.1. Saada teada rahvusvaheliselt huvipakkuvate ja rahvusvahelise potentsiaaligasete kultuuri- ja spordisündmuste mõju Eesti turismile ja Eesti kui turismisihtkoha mainele. Selleks töötada välja uudne metoodika, mis võimaldab lihtsasti nii riigil ja omavalitsustel/piirkondadel kui ürituste korraldajatel ürituste planeerimisel ja nende toimumise järel sotsiaalmajanduslikke mõjusid hinnata uurimistöö eesmärgist lähtuvalt.

2.1.2 Piloteerida väljatöötatud metoodikat 10 kultuuri- ja 10 spordisündmuse mõju hindamisel. Täpne nimekirjaga töötatakse välja tellijaga.

2.1.3. Koostada läbiviidud analüüsi põhjal ettepanekud metoodika rakendamiseks.

2.2. Peamised uurimisküsimused:

2.2.1. Milline metoodika ja selle vormistus sobiks Eesti oludesse kõige paremini, mis hindab sündmuste sotsiaalmajanduslikku mõju Eestile, piirkonnale, ettevõtetele (müügitulule, kasumile, töötajate arvule, külastatavusele) ja omavalitsuste eelarvele ning mõju Eesti kuvandile (piirkonna mainele ja tuntusele ning järgnevatele külastustele, arvestades mh sündmustega seotud meedia kajastuste, sotsiaalmeedia, muu reklaami vms mõju). Kuidas analüüsida mõju nii järgmise planeeritava sündmuse Eestisse toomisele kui ka Eesti külastamisele sündmuste välisel ajal (puhkuse, töö vm eesmärgil) tänu sündmuste tekitatud Eesti tuntuse kasvule ja mõju erinevatele kultuuri- ja spordielu sfääridele.

2.2.2. Milliseid rahvusvaheliselt huvipakkuvaid ja potentsiaalselt huvipakkuvaid kultuuri- ja spordisündmusi on vajalik ja oluline antud uuringu eesmärki silmas pidades analüüsida? Millised neist

¹¹ Näiteks https://cdn.ymaws.com/europeancitiesmarketing.site-ym.com/resource/resmgr/documents/eic/ecm_eic_demo_summary.pdf

¹² Rahvusvaheliselt huvipakkuvaks loeme sündmust, mis motiveerib väliskülastajaid reisima Eestisse või Eestis viibides reisima teise Eesti piirkonda ning mida külastab vähemalt 80 väliskülastajat

¹³ Arts Council England on töötanud välja majanduslike mõjude hindamiseks kultuuri- ja kunsti organisatsioonidele ühe praktilise juhendmaterjali: https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Measuring_the_economic_benefits_of_arts_and_culture.pdf ja Culture counts pakub omavalitsustele uuringuid erinevate kultuurisündmuste mõju hindamiseks, mis piirkonnas toimuvad, küsimustikud on valideeritud: <https://culturecounts.cc/arts>

sündmustest sobiks uuringu valimiks (arvestades ürituste tausta, pikkust, asukohta, külastajate ja osalejate arvu, eelarvet, ürituste kasumlikkust jms)?

2.2.3. Koostada valimi meetodika ja moodustada valim, kus on minimaalselt 10 kultuuri- ja 10 spordisündmust ning piloteerida meetodikat, viies läbi valitud sündmuste mõju hindamise. Millised on ürituste külastajate profiilid (vanus, sugu, elukoht, piirkonnas viibitud aeg, üritust külastanud seltskonna suurus, majutusteenuste eelistused), piirkonnas tehtud kulutused ja kulutuste struktuur, rahulolu ning tagasiside ürituse kohta.

2.2.4. Millised on realistlikud ja rakendatavad ettepanekud meetodika rakendamiseks, et tõsta Eesti kui turismi sihtkoha positsioneerimist ja mainet sündmuste abil ning soovitud ürituse korraldajate, kohalike ettevõtete-asutuste ning kohaliku omavalitsuse ja sihtkohaarendusorganisatsioonide vastastikuse positiivse mõju võimendamiseks regioonides, millised on ettepanekud riigile.

3. Uuringu võimalik meetodika

3.1 Töö teostamise meetodika pakub välja Töövõtja. Tellija soovib kasutada järgnevaid meetodilisi võtteid:

3.1.1. Teadusartiklite jt sekundaarallikate analüüs;

3.1.2. Olemasolevate sündmuste andmete analüüs;

3.1.3. Maksuameti, Eesti Panga, sh kaardimaksete andmed, Töötukassa, Statistikaameti, majutusplatvormide andmeid;

3.1.4. Andmete kogumine sündmusi külastavalt sise- ja väliskülastajatelt (soovituslikult minimaalselt 100 külastajat sündmuse kohta sh 50% väliskülastajat), ettevõtjate, erialaliitude ja sihtkohtade esindajatelt, näiteks küsimustike, intervjuude ja/või ümarlaua vormis;

3.1.5. Andmete kogumine seotud ministeeriumide, nende valitsemisala (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, KUM, Rahandusministeerium jt) ja teiste riigi- jm asutuste (EAS ja Kredexi ühendasutuse jt) töötajatelt, näiteks küsimustike, intervjuude ja/või ümarlaudade vormis;

3.1.6. Võrdlev andmeanalüüs teiste riikide osas, kasutades nt Eurostat, OECD, EL ja riikide uuringute andmeid;

3.1.7. Olemas- ja käsilolevate uuringute ja andmete teisene ja dokumendianalüüs:

3.1.5.1. Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs (https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf):

3.1.5.2. Väliskülastajate piiriuring ja kaugturgude ülevaated (<https://www.puhkaeestis.ee/et/valiskulastajate-piiriuring-ja-kaugturgude-ulevaated>)

3.1.5.3. Statistikaameti turismi satelliitkonto andmed ja meetodika;

3.1.5.4. IMproving Sustainable Development Policies and PrActices to assess, diversify and foster Cultural TOURism in European regions and areas (valmib 2023 III kvartal)

3.1.5.5. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse ja Kredexi ühendasutuse festivalide uuring (valmib 2023 I kvartal)

3.1.5.6. Turismisektori muutuste ja mõju hindamine registripõhiselt (https://static.visitestonia.com/docs/3924760_turismisektorregistriandmetelt.pdf, https://static.visitestonia.com/docs/3638987_c-19-taisaruanne-24-03-21.pdf)

3.3. Töövõtja võib pakkuda täiendavaid meetodikaid ja andmeallikaid.

Töövõtja esitab meetodika valiku kirjelduse koos pakkumusega ning see on üheks pakkumuse hindamise kriteeriumiks (vt täpsemalt HD p 6.3)

4. Projektiplaan ja ajakava

Uuring tuleb teostada ja uuringu tulemused tuleb esitleda hiljemalt 60 nädalat pärast lepingu sõlmimist.

4.1 Töö koosneb järgmistest tegevustest:

4.1.1. uuringu teostamise tegevus- ja ajakava ning kavandatava meetodika, sh valim, vahearuaude sisu ja tähtaja, tutvustamine uuringu juhtrühma avakoosolekul ja avakoosoleku protokoll koostamine selle põhjal, mille tähtaeg on hiljemalt **neli nädalat pärast hankelepingu sõlmimist**. Vajadusel tuleb uuringu ajakava ja meetodikat vastavalt juhtrühma ettepanekutele muuta. Uuringu tegevus- ja ajakava ning meetodika peab olema juhtrühma poolt heaks kiidetud;

4.1.2. uuringu vahearuaude esitamine uuringu juhtrühmale (I etapp) vastavalt juhtrühma avakoosolekul kokku lepitud tähtajale, kuid mitte hiljem kui **20 nädala jooksul pärast hankelepingu sõlmimist**, juhtrühma liikmetelt ettepanekute kogumine;

4.1.3. uuringu täiendamine vastavalt vahearuaude tagasisidele ja vahearuaude kinnitamine juhtrühma poolt;

4.1.4. uuringu täiendamine vastavalt vahearuaude tagasisidele;

4.1.5. uuringu lõpparuande esitamine juhtrühmale (II etapp) **hiljemalt 57 nädalat pärast hankelepingu sõlmimist**. Vajadusel korraldatakse lisakohtumised lõpparuande sisu täpsustamiseks ja viimistlemiseks. Etapp lõppeb uuringu lõpparuande heakskiitmisega juhtrühma poolt.

4.1.6. uuringu tulemuste esitlemine avalikkusele füüsilises või virtuaalses keskkonnas avakoosolekul kokku lepitud ajal.

5. Uuringu tulem ja mõju

5.1 Töövõtja peab töö tulemina esitama:

5.1.1. Avakoosoleku kirjaliku protokoll, mis sisaldab avakohtumise ja sissejuhatavate intervjuude tulemusel täpsustatud uuringu eesmärki, uurimisküsimusi, meetodikat, sh sihtrühmad, ajakava ja muud korralduslikud küsimused (sh fikseeritud kontaktisikud, tähtjad jne).

5.1.2. Kirjaliku vahearuaude sh välja töötatud meetodika, mis sisaldab töö teostamise tulemit kuni vahearuaude esitamiseni (tehnilise kirjelduse punktid 4.1.1-4.1.3) ehk etapp I. Uuringu juhtrühm kinnitab vahearuaude või teeb ettepanekud selle muutmiseks ja/või täiendamiseks. Töövõtja on kohustatud uuringu juhtrühma tehtud ettepanekuid rakendama või põhjendama nende tagasilükkamist;

5.1.3. Kirjaliku lõpparuande, eesti keeles mahuga kuni 70 lk, mis sisaldab uuringu visualiseeritud lühikokkuvõtet (nn üksleht) eesti ja inglise keeles (tehnilise kirjelduse punktid 4.1.4-4.1.6) ehk etapp II. Lõpparuande terviktekstile lisanduvad lisad, millena tuleb esitada vähemalt kasutatud allikate ja meetodika kirjeldus, sh küsitluste ja intervjuude küsimustikud, küsitlute ja intervjuueeritute loetelud ning uuringus kasutatud ja loodud andmestik levinud andmetöötlustarkvara (nt MS Excel, OpenOffice Calc vms) vormingus. Uuringu juhtrühm kinnitab lõpparuande või teeb ettepanekud selle muutmiseks ja/või täiendamiseks. Töövõtja on kohustatud uuringu juhtrühma tehtud ettepanekuid rakendama või põhjendama nende tagasilükkamist. Lisaks kirjalikule lõpparuandele peab töövõtja tööd esitlema avalikkusele vastavalt punktile 4.1.6. ning tegema lõpparuande peale selle heakskiitmist kättesaadavaks Eesti Teaduseinfosüsteemis (ETIS).

5.2 Uuringu lõpparuandes peavad selgelt sisalduma:

5.2.1. välja töötatud uudne meetodika, meetodika piloteerimise tulemused ja ettepanekud meetodika rakendamiseks ürituse korraldajatele, kohalikele ettevõtetele-asutustele ning kohalikele omavalitsusele;

5.2.2. Töövõtja ülesandeks on ka uuringu tulemuste suuline ja visualiseeritud (nt Powerpoint, Prezi vmt esitlustarkvara abil) tutvustus Tellija poolt korraldatud avalikkusele suunatud füüsilisel või virtuaalsel üritusel. Visualiseeritud esitlusmaterjalid tuleb Tellijaga enne esitlust kooskõlastada ning need tuleb uuringu lisana Tellijale üle anda. Tellijal on õigus esitlusmaterjalid avaldada MKM, KUL ja Puhka Eestis infokanalites.

5.3. Uuringu lõpparuanne koos lisadega avaldatakse MKMi ja KUL veebilehtedel ning Puhka Eestis veebilehe turismiprofessionaalile suunatud alamlehel.

6. Töökorraldus

6.1 Töövõtja juhhib uuringu koostamist ja teostab töö. Tellija esindajaks uuringu teostamisel on MKM turismi valdkonnajuht. Töövõtja esitab ülevaate töö käigust, edusammudest, tekkinud takistustest, vajadusest aja- või tegevuskava või metoodika muutmiseks Tellija esindajale vähemalt kord kuus.

6.2 Uuringu teostamiseks moodustab Tellija uuringu juhtrühma. Uuringu juhtrühmal on õigus teha ettepanekuid uuringu tegevusplaani, ajakava, metoodika (sh andmete kogumise meetodid ja valim) ja töökorralduse osas. Töövõtja on kohustatud uuringu juhtrühma tehtud ettepanekuid rakendama või põhjendama nende tagasilükkamist. Juhtrühma on kaasatud vähemalt MKM, EAS ja Kredexi Ühendasutuse Turismiosakonna, KUL, sündmuste korraldajate esindaja. Tellija võib juhtrühma või uuringu elluviimise vajadusel kaasata ka teisi liikmeid vastavalt vajadusele nii Tellija organisatsioonist kui ka teistest ministeeriumidest või avaliku sektori asutustest. Töövõtja võib teha Tellijale ettepanekuid töörühma liikmelisuse osas.

6.3 Töövõtja ülesanded on:

6.3.1. juhtrühma töö tehniline ettevalmistamine ja koordineerimine;

6.3.2. töö aluseks olevate andmete, analüüside, uuringute ja teiste alusdokumentide läbitöötamine;

6.3.3. väliste osapoolte kaasamine, nendega intervjuude ja/või ümarlaudade läbiviimine;

6.3.4. teiste riikide poliitikate ja praktikate analüüs ning Eestis rakendamise võimaluste ja sobivuse hindamine;

6.3.5. ettepanekute, lahenduste ja poliitikasoovituste koostamine ja esitamine turismi poliitikakujundajatele ja praktikutele;

6.3.6. uuringu tulemuste ja ettepanekute esitlemine avalikkusele.